

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN
PERSEPSI WAJIB PAJAK TENTANG PELAKSANAAN SENSUS PAJAK NASIONAL
TERHADAP KESADARAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI
(Survei Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Wilayah Banyuwangi)**

Herlambang Kurniawan

Srikandi Kumadji

Fransisca Yaningwati

Program Studi Perpajakan, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas
Brawijaya, Malang
Email: 105030400111058@ub.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to find the effect of between the Socialization of Taxation and Taxpayer Perception on the Implementation of National Tax Census simultaneously and partially on Individual Taxpayer Awareness. The type of research is eksplanatory with the quantitative approach. The data collection method use form of questionnaire. Samples of 100 Individual Taxpayer has been recorded in the census by tax officer. The data analysis is descriptive and multiple linear regression. The results of research showed Socialization of taxation and taxpayer perception on the implementation of the National Tax Census simultaneously effect significantly on Taxpayer Awareness. Socialization of Taxation partially effect significantly on Taxpayer Awareness. Taxpayer Perception on the Implementation of the National Tax Census partially effect significantly on Taxpayer Awareness. The results test of determination coefficient showed that Socialization of Taxation, and Taxpayer Perception on the Implementation of the National Tax Census simultaneously give effect of 59,3% on Taxpayer Awareness. Variable that more dominant effect of Individual Taxpayer Awareness is Socialization of Taxation.

Key words: *socialization of taxation, taxpayer perception, national tax census, taxpayer awareness.*

PENDAHULUAN

Pajak adalah sumber utama penerimaan negara, hal ini dapat dilihat dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) dan merupakan alternatif bagi pemerintah untuk meningkatkan penerimaan negara sebagaimana yang telah direncanakan dalam Rencana Anggaran Pendapatan Belanja Negara (RAPBN). Berdasarkan APBN 2013, pajak diharapkan dapat menyumbang 77,93% atau hampir 78% dari seluruh penerimaan negara. Target penerimaan pajak Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) tahun 2013 adalah Rp 1.042,3 triliun, yang berarti terjadi kenaikan target senilai Rp 157 triliun dari target APBN Perubahan tahun 2012 (www.bisniskeuangan.kompas.com).

Kontribusi wajib dari masyarakat tersebut masuk ke kas negara untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai belanja negara. Pengeluaran negara yang semakin meningkat harus diimbangi dengan pertumbuhan penerimaan pajak yang tinggi. Anggaran pendidikan, subsidi energi, dan pembangunan infrastruktur sangat bergantung dari besar

kecilnya pajak yang dihimpun dari masyarakat. Upaya tersebut akan menghadapi berbagai kendala antara lain masih rendahnya kesadaran masyarakat (*taxpayer awareness*) untuk membayar pajak, belum optimalnya pelaksanaan penyuluhan dan pelayanan dibidang perpajakan, dan banyak potensi pajak yang belum tergali dan terealisasi secara optimal sehingga *tax ratio*-nya rendah (Direktorat Jenderal Pajak, 2012).

Peran vital Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sebagai instansi yang diamanahi tugas penghimpun penerimaan negara harus berhadapan dengan realita masih rendahnya kesadaran partisipasi masyarakat mengenai perpajakan, sebagai perbandingan bahwa dengan jumlah penduduk yang mencapai 240 Juta jiwa, jumlah WP Orang Pribadi (OP) per April 2012 hanya sebesar 22 Juta, padahal dengan asumsi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) sebesar Rp. 24,3 Juta/Tahun, maka jumlah yang bisa terjaring akan lebih dari itu, ini selaras dengan standar Bank Dunia mengenai garis kemiskinan yang ditetapkan di angka Rp 6,12 Juta/Tahun dan disandingkan dengan

Pendapatan Per Kapita tahun 2012 Republik Indonesia yaitu sebesar Rp 31,80 Juta/Tahun berarti masih banyak WP OP yang belum terjaring. Adapun jumlah WP Terdaftar sebanyak 22 Juta orang tersebut, di tahun 2011 menanggung kontribusi penerimaan sebesar Rp 200 Triliun yang dialokasi untuk fasilitas umum yang dinikmati kurang lebih 218 Juta jiwa lainnya (Wijaya, 2012).

Data World Bank menunjukkan bahwa populasi penduduk Indonesia di tahun 2012 berjumlah 246 juta jiwa, dari jumlah tersebut minimal 25%-nya atau sekitar 61,5 juta jiwa, dikatakan telah memenuhi syarat sebagai WP. Namun, jumlah WP OP yang terdaftar dan mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) berjumlah 23,22 juta. Artinya, masih terdapat kurang lebih 38 juta penduduk yang belum ber-NPWP. Hal ini juga berarti telah terjadi ketidakadilan terhadap 23,22 juta WP OP yang memenuhi kewajiban perpajakannya (<http://news.detik.com>).

Banyaknya masyarakat yang belum mendaftarkan diri sebagai WP, DJP harus segera melakukan perluasan basis perpajakan. Atas dasar itulah DJP mendorong peningkatan pemahaman dan kesadaran perpajakan melalui program Sosialisasi Perpajakan yang gencar digalakan kepada masyarakat. Upaya meningkatkan sosialisasi dan penyuluhan kepada WP atau masyarakat sejak usia dini, maka Sosialisasi Perpajakan diharapkan dapat mengedukasi masyarakat agar dapat memahami ketentuan peraturan dan mekanisme dalam perpajakan serta membentuk masyarakat yang paham, sadar dan peduli pajak.

Salah satu daerah di Jawa Timur yang berpotensi pajak yang masih bisa digali adalah Banyuwangi. Menurut data KPP Pratama Banyuwangi Per 31 Desember 2013 terdapat 92.667 WP OP terdaftar di KPP Pratama Banyuwangi. Sensus Pajak Nasional (SPN) 2013 yang dilaksanakan pada KPP Pratama Banyuwangi dimulai melalui sosialisasi SPN yaitu dengan cara menyebar brosur dan pamflet sebagai wujud simpatik terhadap masyarakat Banyuwangi yang dilakukan di beberapa Kecamatan. SPN periode 2013 di banyuwangi menarget responden melalui SPN mencapai 2.500 WP baru. Target ini mencakup responden Orang Pribadi (OP) maupun badan usaha

dengan tujuan untuk perluasan basis pajak, peningkatan penerimaan pajak, peningkatan jumlah penerimaan SPT Tahunan PPh dan pemutakhiran data WP. Realisasi Responden Sensus Pajak Nasional yang dilakukan oleh KPP Pratama Banyuwangi pada tahun 2013 telah melampaui jumlah target yang ditetapkan yaitu mencapai 2.558 responden yang disensus.

Salah satu kendala dalam penggalan potensi pajak di Banyuwangi adalah tingkat kesadaran masyarakat mengenai arti penting membayar pajak yang masih rendah. Masyarakat masih tidak sepenuhnya melaksanakan kewajibannya sebagai WP seperti melaporkan seluruh penghasilannya, melunasi pajak terutang, dan menyampaikan surat pemberitahuan (SPT). Dengan demikian, Program Sosialisasi Perpajakan dan pelaksanaan SPN diharapkan mampu menjaring dan meningkatkan kesadaran WP terdaftar dalam membayar pajak di Banyuwangi. Hal ini merupakan tugas KPP Pratama Banyuwangi untuk selalu memberikan pemahaman, sosialisasi dan pengawasan kepada masyarakat agar ingin sepenuhnya memenuhi kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan penjelasan tersebut terlihat bahwa kesadaran WP di Banyuwangi masih perlu ditingkatkan. Mengingat program Sosialisasi Perpajakan dan pelaksanaan SPN memiliki peran yang sangat penting untuk mendekatkan pajak kepada masyarakat, maka peneliti merasa perlu mengkaji lebih mendalam lagi dan ingin membuktikan secara empiris mengenai Sosialisasi Perpajakan dan pelaksanaan SPN yang dilaksanakan di Banyuwangi. Peneliti tertarik untuk menggabungkan kedua variabel independen tersebut dalam satu penelitian untuk mengetahui apakah kedua variabel independen tersebut cukup kuat mempengaruhi Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi (WP OP) di Banyuwangi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai kajian, evaluasi, strategi dan prediksi di masa mendatang mengenai kinerja dari program DJP yang telah diimplementasikan di Banyuwangi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara Sosialisasi Perpajakan dan Persepsi Wajib Pajak (WP) tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional

secara bersama-sama maupun parsial terhadap Kesadaran WP OP.

KAJIAN PUSTAKA

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi adalah suatu proses dimana orang-orang mempelajari sistem nilai, norma dan pola perilaku yang diharapkan oleh kelompok sebagai bentuk transformasi dari orang tersebut sebagai orang luar menjadi organisasi yang efektif (Basalamah, 2004:196). Sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya (Goslin dalam Ihromi, 1999:30).

Sebelum era modernisasi, DJP mempunyai Direktorat Penyuluhan Perpajakan yang memiliki tugas pokok dan fungsi melakukan program penyuluhan atau sosialisasi perpajakan kepada pihak eksternal DJP dengan menggunakan berbagai media. Dengan adanya kesadaran bahwa salah satu kunci dalam meningkatkan kepatuhan WP adalah meningkatnya pemahaman dan kesadaran masyarakat akan hak dan kewajiban perpajakannya, maka DJP memperluas fungsi penyuluhan dengan fungsi pelayanan dan kehumasan, sehingga pada awal tahun 2007 Direktorat tersebut berubah menjadi Direktorat Penyuluhan, Pelayanan dan Hubungan Masyarakat (Direktorat Jenderal Pajak, 2009).

Sosialisasi Perpajakan adalah suatu program/kegiatan yang diimplementasikan oleh DJP untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai pajak serta untuk menunjang pelaksanaan pelayanan perpajakan. Bentuk Kegiatan Sosialisasi Perpajakan:

1. Penyuluhan Dan Edukasi Perpajakan: Penyuluhan, Multi Media, dan Website DJP.
2. *Tax Center*
3. Kegiatan Penunjang Penyuluhan Dan Edukasi Perpajakan

Persepsi Wajib Pajak tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional

Persepsi (*perception*) adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan

arti bagi lingkungan mereka (Robbins dan Judge, 2008:175). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi (Robbins dan Judge, 2008:176):

1. Faktor-faktor dalam situasi: Waktu, Keadaan kerja, Keadaan sosial.
2. Faktor-faktor dari dalam diri pengarti: Sikap-sikap, Motif-motif, Minat-minat, Pengalaman dan Harapan-harapan.
3. Faktor-faktor dalam diri target: Sesuatu yang baru, Gerakan, Suara, Ukuran, Latar belakang, Kedekatan dan kemiripan.

Sensus Pajak Nasional adalah kegiatan pengumpulan data mengenai kewajiban perpajakan dalam rangka memperluas basis pajak, pencapaian target penerimaan perpajakan dan pengamanan penerimaan negara dengan mendatangi subjek pajak (Orang Pribadi atau Badan) diseluruh indonesia, yang dilakukan oleh DJP bekerjasama dengan pihak lain (Sumarsan, 2012:1).

SPN sesuai dengan landasan hukum, bertujuan untuk: Penggalan potensi perpajakan dalam rangka memperluas basis pajak, pencapaian target penerimaan perpajakan, peningkatan jumlah penerimaan SPT tahunan PPh, pemutakhiran data WP dan pengamanan penerimaan negara. SPN juga ditujukan untuk menjaring seluruh potensi perpajakan dalam rangka Tri Dharma Perpajakan, yaitu: seluruh WP Terdaftar, seluruh Objek Pajak dipajaki, pelaksanaan kewajiban perpajakan tepat waktu dan tepat jumlah.

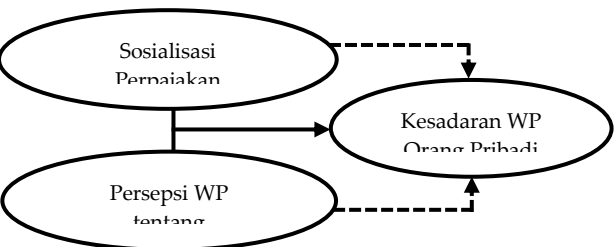
Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran WP memiliki arti keadaan dimana seseorang mengetahui, memahami dan mengerti tentang cara menghitung, membayar dan melapor pajak serta mentaati hak dan kewajibannya sebagai WP. Apabila WP memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan serta pelayanan yang berkualitas terhadap WP maka akan timbul kesadaran untuk membayar pajak.

Menurut Suryadi (2006), Kesadaran WP dapat dibentuk oleh dimensi persepsi WP, pengetahuan WP, karakteristik WP dan sosialisasi perpajakan. Kesadaran WP akan meningkat apabila dalam WP muncul persepsi positif terhadap pajak. Begitu juga dengan meningkatnya pengetahuan perpajakan WP melalui pendidikan perpajakan baik formal

maupun non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran WP untuk membayar pajak. Karakteristik WP yang dicerminkan oleh kondisi budaya, sosial dan ekonomi akan dominan membentuk perilaku WP yang tergambar dalam tingkat kesadaran mereka dalam membayar pajak. Dengan sosialisasi perpajakan yang dilakukan secara intensif, akan dapat meningkatkan pemahaman WP tentang kewajiban membayar pajak sebagai wujud kegotongroyongan nasional dalam menghimpun dana untuk kepentingan pembiayaan pemerintahan dan pembangunan nasional.

HIPOTESIS



Gambar 1. Model Hipotesis

Keterangan : —————> Secara Bersama – sama
 - - - - -> Secara Parsial

Adapun rumusan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Sosialisasi Perpajakan dan Persepsi Wajib Pajak tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi.
- H2: Sosialisasi Perpajakan dan Persepsi Wajib Pajak tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi.
- H3: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh dominan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian eksplanatori (*eksplanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode survei berupa angket. Untuk mengukur pendapat responden peneliti menggunakan skala ordinal dengan teknik pengukuran skala *Likert* 5 poin. Populasi dalam penelitian ini adalah WP OP yang terdaftar dan telah disensus

Pajak periode 2011, 2012 dan/atau 2013 oleh KPP Pratama Banyuwangi.

Tercatat hingga periode 31 Desember 2013 jumlah WP OP terdaftar sebanyak 92.667 WP. Ukuran sampel sejumlah 100 WP OP yang telah disensus pajak yang terdaftar di KPP Pratama Banyuwangi dengan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jenis data penelitian adalah data primer. Seluruh item pada setiap variabel sudah diuji dan hasilnya valid dan reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jumlah penduduk, kepala keluarga dan jumlah WP OP yang terdaftar di Kabupaten Banyuwangi. Kecamatan Banyuwangi terbesar diantara Kecamatan lain di KPP Pratama Banyuwangi. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah jangkauan atau jarak dengan KPP Pratama Banyuwangi yang cukup dekat. Tabel Perbandingan jumlah kepala keluarga dan jumlah WP OP KPP Pratama Banyuwangi.

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Kepala Keluarga dan Jumlah WP OP KPP Pratama Banyuwangi

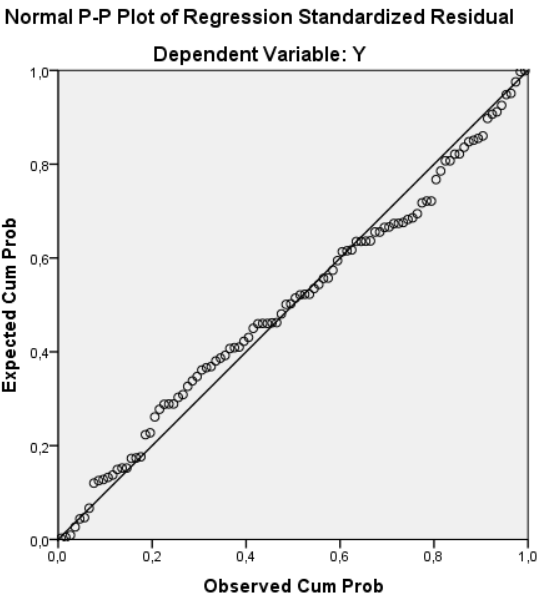
Kecamatan	Jml. Pnddk	Jml. Kpl. Keluarga	Jml. WP OP	Persentase (%)
Bangorejo	64.338	28.493	2.648	9,293
Banyuwangi	115.313	46.752	20.661	44,193
Cluring	70.072	29.384	4.016	13,667
Gambiran	59.515	24.338	4.337	17,82
Genteng	86.109	33.671	6.873	20,412
Giri	26.604	11.917	3.159	26,508
Glagah	30.739	14.882	2.594	17,43
Glenmore	76.267	30.655	3.418	11,15
Kabat	68.889	30.315	3.022	9,969
Kalibaru	73.804	29.920	2.807	9,382
Kalipuro	90.454	41.467	3.860	9,309
Licin	27.517	13.375	446	3,335
Muncar	126.713	51.600	5.444	10,55
Pesanggaran	51.030	24.036	3.389	14,1
Purwoharjo	67.693	29.512	3.442	11,663
Rogojampi	91.395	41.268	5.837	14,144
Sempu	76.678	31.929	1.755	5,497
Siliragung	47.041	19.443	843	4,336
Singojuhur	46.071	20.474	1.969	9,617
Songgon	51.395	22.521	1.714	7,611
Srono	89.394	39.255	4.462	11,367
Tegaldlimo	59.646	24.839	2.537	10,214
Tegalsari	45.496	18.291	865	4,729
Wongsorejo	84.957	37.360	2.569	6,876
Jumlah	1.627.130	695.697	92.667	13,32

Sumber : KPP Pratama Banyuwangi dan Dinas Capil Banyuwangi, 2013

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dari metode ini menggambarkan bahwa titik-titik mengikuti dan merapat di sekitar garis diagonal. Berdasarkan gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan persyaratan normalitas pada model regresi ini telah terpenuhi. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



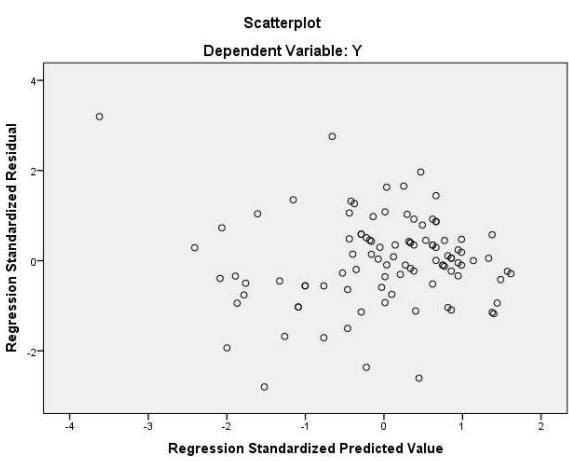
Gambar 2. Grafik Normal Probability Plot

2. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas, dapat diketahui bahwa pada kolom *Collinearity Statistics* nilai VIF dari kedua variabel independen berturut-turut sama yaitu 1,166. Selain itu nilai *Tolerance* pada dua variabel independen > 0,1 yaitu masing-masing 0,858. Karena seluruh nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1 maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi antara variabel-variabel independen dalam penelitian.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambaran grafik *scatterplot* pada Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk, maka prasyarat tidak adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* pada penelitian ini dapat terpenuhi. Adapun hasil pengujian ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian hipotesis dengan model analisis regresi berganda menghasilkan suatu persamaan yang menunjukkan hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependennya. Untuk membentuk persamaan regresi linear berganda dibutuhkan nilai-nilai koefisien untuk mengganti variabel β_0 , β_1 , dan β_2 . Nilai-nilai koefisien ini dapat dilihat pada Tabel 2 kolom *unstandardized coefficients*. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Unstandardized Coefficients		t hitung	Sig. t
		β	Std. Error		
Konstanta		-1,157	3,388	-0,342	0,733
(Y)	(X ₁)	1,006	0,101	9,912	0,000
	(X ₂)	0,183	0,069	2,656	0,009
N	100				
R ²	0,593				
F hitung	72,974				
Sig. F	0,000				

Berdasarkan Tabel 2 tersebut dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = -1,157 + 1,006X_1 + 0,183X_2$$

Hasil persamaan analisis regresi berganda dijelaskan sebagai berikut:

- a. Koefisien regresi variabel Sosialisasi Perpajakan (X₁) bernilai positif (1,006), artinya semakin banyak WP mengikuti Sosialisasi Perpajakan, maka Kesadaran WP juga akan semakin tinggi, dengan

asumsi variabel Persepsi WP tentang Pelaksanaan SPN bernilai tetap.

- b. Koefisien regresi variabel Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) bernilai positif (0,183), artinya semakin tinggi Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional, maka Kesadaran WP akan semakin tinggi dengan asumsi variabel Sosialisasi Perpajakan bernilai tetap.

2. Analisis koefisien determinasi

Tabel 2 hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1), dan Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) secara bersama-sama memberikan pengaruh sebanyak 59,3% terhadap variabel Kesadaran WP (Y). Sedangkan 40,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1), dan Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) terhadap Kesadaran WP (Y). Langkah pertama dari uji F adalah dengan menyusun hipotesis. Hipotesis penelitian secara umum sudah disampaikan pada bab II. Untuk menguji pengaruh secara bersama-sama, digunakan hipotesis pembandingan yang bersifat obyektif dan netral atau disebut juga hipotesis nol (H_0). Uji signifikansi dilihat dengan melihat nilai Signifikansi jika nilai $\text{Sig. F} \leq 0,05$, maka hubungan variabel tersebut signifikan.

Tabel 2 menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 72,974 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Perpajakan (X_1) dan Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran WP (Y).

4. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Langkah pertama dari uji t adalah dengan menyusun hipotesis. Hipotesis penelitian secara umum sudah disampaikan pada bab II. Untuk menguji pengaruh parsial, digunakan hipotesis

pembandingan yang bersifat obyektif dan netral atau disebut juga hipotesis nol (H_0).

Berikut adalah analisis uji t pada masing-masing variabel.

- a. Pengujian koefisien regresi Variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1)

Tabel 2 menunjukkan nilai koefisien regresi (β) sebesar 1,006 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Perpajakan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran WP (Y) dengan asumsi variabel Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) Konstan.

- b. Pengujian koefisien regresi Variabel Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2)

Tabel 2 menunjukkan nilai koefisien regresi (β) sebesar 0,183 dengan probabilitas sebesar 0,009 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran WP (Y) dengan asumsi variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) Konstan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh jawaban bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan, dan Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional berpengaruh terhadap Kesadaran WP. Adapun pembahasannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan (X_1) dan Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) terhadap Kesadarn WP (Y).

Berdasarkan analisis koefisien determinasi, *adjusted R²* yang dihasilkan adalah 0,593 atau 59,3 %. Pengaruh sejumlah variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini mengambil porsi yang cukup besar yaitu 40,7%. Berdasarkan analisis hipotesis uji F, Tabel 2 menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 72,974 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Perpajakan (X_1) dan Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran WP (Y).

2. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan (X_1) terhadap Kesadaran WP (Y)

Tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi Variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) adalah 0,000 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan Sosialisasi Perpajakan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran WP (Y). Hasil pengujian ini sesuai dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti pada penelitian Rahmawati, Prasetyono, dan Rimawati, (2013) yang dalam hasil penelitiannya mereka mempunyai kesimpulan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran WP dalam membayar pajak. Objek dalam penelitian ini sama dengan yang diteliti Rahmawati, Prasetyono, dan Rimawati, (2013) yang meneliti WP OP hasil yang diperoleh adalah sama, yakni Sosialisasi Perpajakan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran WP.

3. Pengaruh Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) terhadap Kesadaran WP (Y)

Tabel 2 menunjukkan nilai koefisien regresi (β) sebesar 0,183 dengan probabilitas sebesar 0,009 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran WP (Y). Skor rata-rata persepsi WP tentang pelaksanaan Sensus Pajak Nasional dari data responden juga menunjukkan bahwa persepsi WP terhadap Sensus Pajak Nasional pada wilayah responden tinggal cukup tinggi, dengan nilai mean sebesar 4,09. Hal ini menunjukkan secara umum Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional sudah dapat diterima dan mendapat respon yang baik di lingkungan masyarakat.

4. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap Kesadaran WP (Y).

Dari hasil analisis regresi berganda, variabel yang lebih dominan adalah variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1). Nilai t hitung pada Tabel 2 Variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) yaitu 9,912, sedangkan nilai t hitung Variabel Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2) adalah 2,656. Telah dirumuskan sebelumnya pada bab II bahwa peneliti mengambil dugaan sementara pada hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa Sosialisasi

Perpajakan (X_1) berpengaruh dominan terhadap Kesadaran WP (Y). Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga (H_3) diterima, karena nilai t hitung dari Sosialisasi Perpajakan (X_1) lebih besar dari Persepsi WP tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional (X_2).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Sosialisasi Perpajakan, dan Persepsi Wajib Pajak tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.
2. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.
3. Persepsi Wajib Pajak tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.
4. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh dominan terhadap Kesadaran WP.

Saran

Penelitian menyimpulkan bahwa Sosialisasi Perpajakan, dan Persepsi Wajib Pajak tentang Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional secara bersama-sama maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyumbangkan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan masukan bagi beberapa pihak.

1. Saran bagi penelitian selanjutnya:
 - a. Penelitian hendaknya diperluas ruang lingkup penelitian agar dapat memberikan gambaran yang mewakili populasi KPP yang diteliti.
 - b. Dalam metode analisis sebaiknya menggunakan analisis faktor untuk mencari faktor-faktor yang benar-benar mempengaruhi kesadaran Wajib Pajak secara komprehensif dan berdasarkan teori yang relevan.
 - c. Peneliti yang tertarik untuk melakukan kajian di bidang yang sama dapat mencoba menganalisis pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dengan menambahkan variabel Independen berbeda yang tidak disinggung pada

model persamaan disini misalnya: Karakteristik Wajib Pajak dan/atau Pengetahuan Wajib Pajak. Hal ini dapat dilakukan karena nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini masih dapat ditingkatkan dengan adanya penambahan variabel Independen (bebas).

- d. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji pengaruh Kesadaran Wajib Pajak juga bisa menggunakan teknik analisis yang lebih berkembang lagi seperti analisis jalur (*path analysis*). Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel Kepatuhan Wajib Pajak sebagai variabel endogenus sedangkan Sosialisasi Perpajakan, Persepsi dan Kesadaran Wajib Pajak disini sebagai variabel eksogenus agar memperoleh hasil yang berbeda dan lebih bermanfaat.
2. Saran bagi Instansi terkait:
 - a. Dari analisis yang telah dilakukan maka peneliti menyarankan bahwa untuk meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak, DJP dapat meningkatkan melalui program Sosialisasi Perpajakan yang dilakukan secara intensif dan Sensus Pajak Nasional yang dilaksanakan secara lebih merata.
 - b. Membuka lembaga yang dapat menunjang pelaksanaan pelayanan di bidang perpajakan di wilayah Wajib Pajak yang jangkauannya cukup jauh dan waktu yang tidak sedikit untuk menuju lokasi KPP dalam melapor pajak, contoh: membuka *Tax Center* di wilayah – wilayah tertentu yang memiliki jangkauan cukup jauh dari KPP.
 - c. DJP hendaknya tetap konsisten dalam melakukan Sosialisasi kepada masyarakat mengenai Perpajakan sehingga tingkat Kesadaran masyarakat mengenai Perpajakan dapat lebih meningkat.
 - d. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi, strategi dan prediksi kedepan bagi DJP apakah Sosialisasi Perpajakan dan Sensus Pajak Nasional yang telah diimplementasikan sudah berjalan efektif atau belum.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2013. *Sensus Pajak Digiatkan Lagi*. <http://www.bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/02/11/02171978/Sensus.Pajak.Digiatkan.Lagi>. Diakses pada Agustus 2013.
- Anonim. 2013. *kepedulian kita untuk kemakmuran bersama*.<http://news.detik.com/read/2013/08/26/010002/2339949/727/kepedulian-kita-untuk-kemakmuran-bersama>. diakses pada Agustus 2013.
- Basalamah, A. S. 2004. *Perilaku Organisasi Memahami dan Mengelola Aspek Humaniora dalam Organisasi*. Edisi Tiga. Depok: Usaha Kami.
- Direktorat Jenderal Pajak. 2009. *Reformasi DJP: Silent Revolution*, Jakarta.
- _____. 2012. *Strategi meningkatkan kepatuhan wajib pajak*. <http://www.pajak.go.id/content/strategi-meningkatkan-kepatuhan-wajib-pajak>. Diakses pada Januari 2014.
- Ihromi, T. 1999. *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Robbins, S. P. (2008). *Perilaku Organisasi*. Ed.12. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohmawati, Prasetyono, Rimawati. 2013. *Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran Dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara)*. Madura: Program Studi Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura.
- Sumarsan, T. 2012. *Sensus Pajak Nasional Siapa Takut?*. Jakarta: Penerbit PT. Indeks.
- Suryadi, 2006. *Model Hubungan Kausal Kesadaran, Pelayanan, Kepatuhan Wajib Pajak dan Pengaruhnya terhadap kinerja Penerimaan Pajak (survei di wilayah jawa timur)*. Jurnal Keuangan Publik Volume 4 No. 1, April 2006, halaman 105-121.
- Wijaya, Erikson. 2012. *Mengapresiasi kinerja ditjen pajak kiprah tantangan dan arah kebijakan*.<http://www.pajak.go.id/content/article/mengapresiasi-kinerja-ditjen-pajak-kiprah-tantangan-dan-arah-kebijakan>. diakses pada Agustus 2013.